

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi *Fundraising*

1. Pengertian Strategi *Fundraising*

Strategi *fundraising* merupakan komponen fundamental dalam keberhasilan pelaksanaan kegiatan penghimpunan dana pada suatu organisasi, baik lembaga profit maupun non-profit. Strategi ini tidak hanya berfungsi sebagai pedoman operasional, tetapi juga sebagai arah kebijakan yang menentukan efektivitas dan keberlanjutan proses penggalangan dana. Tanpa adanya strategi yang jelas, kegiatan *fundraising* cenderung berjalan tidak terarah, tidak terukur, serta berpotensi tidak mencapai target yang telah ditetapkan.

Sejalan dengan itu, Joyce Young menggambarkan bahwa organisasi yang tidak memiliki strategi dalam *fundraising* ibarat melakukan perjalanan tanpa peta, yang berarti organisasi akan kesulitan menentukan arah, tujuan, serta langkah yang harus ditempuh. Analogi ini menegaskan bahwa strategi memiliki peran sebagai alat navigasi yang memberikan kejelasan dalam pengambilan keputusan, sehingga setiap aktivitas *fundraising* dapat dilakukan secara sistematis dan terencana.¹

Strategi *fundraising* berperan penting dalam membantu organisasi melakukan analisis menyeluruh terhadap kondisi internal dan eksternal. Analisis internal mencakup penilaian terhadap sumber daya organisasi, seperti kualitas sumber daya

¹ Joyce Young, dkk., *Menggalang Dana Untuk Organisasi Nirlaba Diterjemahkan Oleh Siti Mashitoh*, (Jakarta: PT. Ina Publikatama, 2007), 124.

manusia, kemampuan manajerial, kekuatan program, serta ketersediaan sarana dan prasarana. Sementara itu, analisis eksternal berfokus pada peluang dan tantangan dari lingkungan luar, termasuk kondisi sosial ekonomi masyarakat, tingkat kepercayaan publik, perkembangan teknologi, dan persaingan dengan lembaga lain.²

Selain itu, strategi *fundraising* juga berfungsi dalam merumuskan proposisi nilai (*value proposition*), yaitu penawaran yang diberikan organisasi kepada calon donatur agar sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik program sekaligus memperkuat kepercayaan publik terhadap lembaga.

Lebih lanjut, strategi ini mencakup penentuan segmentasi atau target donatur secara spesifik, seperti individu, korporasi, maupun komunitas. Dengan segmentasi yang tepat, organisasi dapat menerapkan pendekatan yang lebih efektif dan terarah, sehingga penghimpunan dana dapat berjalan lebih optimal dan tujuan organisasi lebih mudah tercapai.

Menurut Hamid Abidin, strategi *fundraising* memiliki peran yang sangat krusial dalam memastikan keberhasilan penggalangan dana suatu organisasi. Strategi tersebut tidak hanya berfokus pada proses pengumpulan dana semata, tetapi juga mencakup proses identifikasi sumber-sumber dana yang berpotensi untuk dikembangkan secara berkelanjutan. Dalam hal ini, organisasi perlu melakukan

² April Purwanto, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat* (Yogyakarta: Teras, 2009), 53-71.

pemetaan terhadap berbagai kemungkinan sumber pendanaan, baik yang berasal dari individu, lembaga swasta, pemerintah, maupun donatur institusional lainnya, sehingga potensi penghimpunan dana dapat dioptimalkan secara lebih sistematis.³

2. Indikator *Fundraising*

Sebuah lembaga yang melakukan penggalangan dana memiliki indikator keberhasilan dari strategi *fundraising* yang dijalankan, diantaranya:

- a. Peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) sebagai unsur utama dalam pelaksanaan *fundraising*.⁴
- b. Optimalisasi penghimpunan dana dari kalangan pelaku usaha serta peningkatan penerimaan infaq dan sedekah sebagai pilar penting dalam pengumpulan dana.⁵
- c. Adanya dukungan penuh dari masyarakat terhadap program yang dijalankan lembaga.⁶
- d. Terciptanya donasi yang bersifat berkelanjutan sebagai bentuk kepercayaan dan partisipasi masyarakat terhadap lembaga tersebut.⁷

³ Teguh Ansori, "Pengelolaan Dana Zakat Produktif Untuk Pemberdayaan Mustahik Pada LAZISNU Ponorogo," *Muslim Heritage* 3, no. 1 (June 2, 2018): 177, <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v3i1.1274>.

⁴ Adrian Sargeant, *Fundraising Management: Analysis, Planning and Practice* (3rd ed.). (London: Routledge, 2014), 339.

⁵ *Ibid*, 141.

⁶ *Ibid*, 166.

⁷ *Ibid*, 184.

3. Metode *Fundraising*

Dalam pelaksanaan kegiatan *fundraising*, terdapat beragam metode yang dapat diterapkan oleh lembaga. Secara umum, metode *fundraising* dibedakan menjadi dua kategori utama, yaitu sebagai berikut:

a. Metode langsung (*Direct Fundraising*)

Metode langsung merupakan cara penghimpunan dana yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung dalam proses fundraising. Pada metode ini, terjadi interaksi secara langsung antara *fundraiser* dengan donatur, sehingga tanggapan maupun keputusan donatur untuk berwakaf dapat segera direspons dan difasilitasi. Dengan demikian, ketika calon donatur tertarik untuk berwakaf setelah menerima informasi atau promosi,⁸ mereka dapat langsung menunaikannya karena seluruh prosedur dan sarana pendukung telah disediakan. Adapun contoh penerapan metode ini antara lain meliputi *door to door*, penyelenggaraan kegiatan fundraising, email atau media sosial, *direct advertising*, *telefundraising*, dan presentasi langsung.

b. Metode tidak langsung (*Indirect Fundraising*)

Metode tidak langsung ini dilakukan tanpa melibatkan partisipasi donatur secara langsung. Pada metode ini, kegiatan *fundraising* di fokuskan pada pembentukan citra positif lembaga, bukan pada transaksi secara langsung.

⁸ Mastanah, *Manajemen Majelis Taklim: Panduan Lengkap Untuk Efektifitas Dan Keberlanjutan* (Jawa Barat: CV Jejak, Anggota IKAPI, 2025), 42.

Dengan metode terstruktur melalui media massa atau media elektronik.⁹ Tujuannya adalah menumbuhkan kepercayaan dan kesadaran masyarakat untuk berdonasi dimasa mendatang. Sebagai contoh dari metode ini adalah *advertorial*, *image campaign*, penyelenggaraan berbagai event, pengumuman produk, serta promosi berupa ajakan untuk berdonasi.

4. Elemen-elemen *Fundraising*

- a. Sumber Dana (*Funding Sources*), mencakup individu, komunitas, perusahaan, pemerintah, serta lembaga filantropi.
- b. Donatur (*Donors*), yakni pihak yang memberikan kontribusi, memahami, karakter dan motivasi donatur sangat penting dalam keberhasilan penggalangan dana.
- c. Program atau Produk *Fundraising*, berupa kampanye, kotak donasi, layanan donasi rutin, event, dan bentuk kegiatan lain yang menarik partisipasi publik.
- d. Strategi Penggalangan Dana, seperti kampanye digital, media sosial, *direct email*, kolaborasi komunitas, dan kemitraan korporasi.
- e. Komunikasi Publik, yakni penyampaian pesan sosial dan edukasi untuk membangun *awareness* serta kepercayaan masyarakat.
- f. Pengelolaan Hubungan Donatur, yakni menjaga loyalitas melalui laporan, apresiasi, dan pelayanan donatur yang baik.

⁹ Fitriyah, Supawi Pawenang, dan Raisa Aribatul Hamidah, "Analisis Strategi Optimalisasi Penghimpunan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah pada Lembaga Amil Zakat Solopeduli 2022," *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Bisnis Syaria* 5 (2023): 2457–2476, <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i5.3342>.

- g. Akuntabilitas dan Transparansi Dana, yakni pengelolaan dana yang profesional dan pelaporan publik yang jelas.
- h. Monitoring dan Evaluasi, yakni menilai efektivitas strategi, kinerja program, dan merumuskan perbaikan ke depan.¹⁰

B. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)

1. Pengertian Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)

Badan Amil Zakat Nasional atau BAZNAS adalah organisasi pengelola zakat yang dibentuk oleh pemerintah, yang terdiri dari unsur masyarakat dan pemerintah dengan tugas mengumpulkan, mendistribusikan, dan pendayagunaan zakat sesuai dengan ketentuan agama.¹¹

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan Zakat, BAZNAS merupakan lembaga pemerintah nonstruktural yang bersifat mandiri dan melakukan tugas pengelolaan zakat secara nasional. Adapun pengertian BAZNAS memiliki 3 sifat dasar yang melekat padanya, yaitu:

- a. Lembaga pemerintah nonstruktural
- b. Bersifat mandiri
- c. Bertanggungjawab kepada Presiden melalui Menteri.¹²

BAZNAS terdiri dari 11 (sebelas) orang anggota, terdiri dari 8 (delapan) orang dari unsur masyarakat dan 3 (tiga) orang dari unsur pemerintah. Anggota BAZNAS

¹⁰ Adrian Sargeant & Elaine Jay, *Fundraising Manaagement: Analysis, Planning and Practice* (New York: Routledge, 2014.), 20-32.

¹¹ Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta Timur: Kencana Prenada Media Group, 2009), 415.

¹² Dirjen Bimas Islam dan Pemberdayaan Zakat, *Standarisasi Amil Zakat Di Indonesia* (Jakarta: Departemen Agama RI, 2012), 46.

diangkat dan diberhentikan oleh Presiden atau usul Menteri. Unsur masyarakat terdiri atas unsur ulama, tenaga profesional, dan tokoh masyarakat Islam. Anggota BAZNAS dari unsur masyarakat diangkat oleh Presiden atas usul Menteri setelah mendapat pertimbangan Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia yang berkaitan dengan pengelolaan zakat. Masa kerja anggota BAZNAS dijabat selama 5 tahun dan dapat dipilih kembali untuk 1 (satu) kali masa jabatan. Dalam melaksanakan tugasnya, BAZNAS dibantu oleh sekretariat.¹³ Peran BAZNAS terhadap pelaksanaan zakat yaitu:

- a. Meningkatkan kesadaran umat untuk berzakat melalui amil zakat
- b. Meningkatkan penghimpunan dan pendayagunaan zakat nasional sesuai dengan ketentuan syariah dan prinsip manajemen modern
- c. Menumbuhkembangkan pengelolaan amil zakat yang amanah, transparan, profesional, dan terintegrasi
- d. Mewujudkan pusat data zakat nasional
- e. Memaksimalkan peran zakat dalam menanggulangi kemiskinan di Indonesia melalui sinergi dan koordinasi dengan lembaga terkait.¹⁴

2. Fungsi dan Tugas Pokok Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)

a. Fungsi BAZNAS

BAZNAS merupakan lembaga pengelola zakat yang memiliki tugas utama pengelolaan zakat secara nasional. Dalam rangka melaksanakan tugasnya

¹³ Dirjen Bimas Islam dan Pemberdayaan Zakat, *Manajemen Pengelolaan Zakat* (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 27.

¹⁴ *Ibid*, 49.

sebagai lembaga pengelola zakat nasional BAZNAS menjalankan fungsi-fungsi utamanya, sebagaimana diatur dalam Pasal 7 Ayat (1) UU Nomor 23 Tahun 2011 sebagai berikut:

- 1) Perencanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat
- 2) Pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat
- 3) Pengendalian pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat
- 4) Pelaporan dan pertanggungjawaban pelaksanaan pengelolaan zakat.¹⁵

b. Tugas Pokok BAZNAS

Tugas Pokok dari lembaga BAZNAS sebagai berikut:

- 1) Mengarahkan masyarakat mencapai kesejahteraan, baik fisik maupun nonfisik melalui pendayagunaan zakat
- 2) Meningkatkan status mustahik menjadi muzaki melalui pemulihan, meningkatkan kualitas SDM, dan pengembangan ekonomi masyarakat
- 3) Menjangkau muzaki dan mustahik seluas-luasnya
- 4) Memperkuat jaringan antar organisasi pengelola zakat.¹⁶

Secara umum, tugas dan fungsi BAZNAS adalah melakukan upaya pengumpulan, pendistribusian, pendayagunaan pelaporan, dan pertanggungjawaban atas pelaksanaan pengelolaan zakat.

¹⁵ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Badan Amil Zakat Nasional Pasal 7 Ayat 1.

¹⁶ Dirjen Bimas Islam dan Pemberdayaan Zakat, *Profit Lembaga Pengawas Zakat* (Jakarta: Departemen RI, 2012), 31.

3. Peran Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) memiliki peran strategis sebagai lembaga resmi yang diberi kewenangan untuk mengelola zakat secara nasional. Peran tersebut diwujudkan melalui berbagai kegiatan, mulai dari penghimpunan, pengelolaan, pendistribusian, hingga pendayagunaan dana zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.¹⁷

Selain menjalankan fungsi pengelolaan dana ZIS, BAZNAS juga berperan dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui penerapan prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam setiap kegiatan pengelolaan zakat. Pengelolaan yang profesional dan bertanggung jawab diharapkan mampu mengoptimalkan potensi zakat sebagai salah satu instrument pemberdayaan ekonomi umat.¹⁸

BAZNAS turut berperan dalam menyalurkan dana zakat kepada musthik sesuai dengan ketentuan syariat Islam serta mengembangkan berbagai program pemberdayaan yang bertujuan meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat. Melalui program dibidang sosial, Pendidikan, kesehatan, kemanusiaan, dan ekonomi, BAZNAS berupaya memberikan kontribusi dalam upaya pengentasan kemiskinan dan peningkatan kualitas kehidupan masyarakat.¹⁹

¹⁷ Nurul Huda, dkk. *Zakat Perspektif Mikro-Makro: Pendekatan Riset* (Jakarta: Kencana, 2015), 142-144.

¹⁸ Eri Sudowo, *Manajemen ZIS: Menggagas Formula Zakat Menuju Kemandirian Umat* (Jakarta: IMZ, 2004), 25-28.

¹⁹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat Pasal 25-27

4. Manajemen Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)

Manajemen BAZNAS merupakan proses pengelolaan zakat, infaq, dan sedekah yang dilakukan secara sistematis untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Pengelolaan tersebut mencakup kegiatan penghimpunan, pendistribusian, pendayagunaan, serta pelaporan dana yang dilakukan berdasarkan prinsip syariah dan peraturan yang berlaku.²⁰

Dalam menjalankan tugasnya, BAZNAS menerapkan fungsi-fungsi manajemen yang terdiri atas Perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), Pelaksanaan (*Actuating*), dan Pengawasan (*Controlling*). Fungsi-fungsi tersebut saling berkaitan dalam mendukung keberhasilan pengelolaan dana zakat, infaq, dan sedekah.

- a. Perencanaan (*Planning*), dilakukan dengan menetapkan tujuan, target penghimpunan dana, serta program pendistribusian dan pendayagunaan zakat. Perencanaan yang baik akan membantu organisasi dalam menentukan langkah-langkah yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- b. Pengorganisasian (*Organizing*), merupakan proses pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab kepada setiap bagian dalam organisasi. Melalui pengorganisasian yang baik, seluruh sumber daya yang dimiliki BAZNAS dapat dimanfaatkan secara optimal guna mendukung pelaksanaan program yang telah direncanakan.²¹

²⁰ *Ibid*, 189.

²¹ Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian, Dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2019), 40-41.

- c. Pelaksanaan (*Actuating*), merupakan upaya menggerakkan seluruh sumber daya organisasi agar tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai. Dalam konteks BAZNAS, fungsi ini diwujudkan melalui kegiatan penghimpunan, pengelolaan, dan pendistribusian dana zakat kepada mustahik.
- d. Pengawasan (*Controlling*), dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh kegiatan berjalan sesuai dengan rencana dan ketentuan yang berlaku. Pengawasan ini bertujuan untuk menjaga transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap BAZNAS.²²

²² Dita Afrina, “Manajemen Zakat Di Indonesia Sebagai Pemberdayaan Ekonomi Umat,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 4988 (2018): 201–212, <https://doi.org/10.14421/EkBis.2018.2.2.1136>.